

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

FERNANDA MOSSANIK DA SILVA PERSEGONA

DESENVOLVER CAMPANHA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL FOCADA NOS  
TURISTAS DO LITORAL PARANAENSE

MATINHOS  
2015

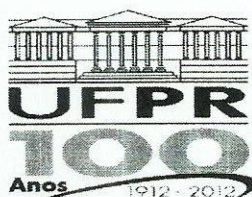
FERNANDA MOSSANIK DA SILVA PERSEGONA

DESENVOLVER CAMPANHA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL FOCADA NOS  
TURISTAS DO LITORAL PARANAENSE

Trabalho apresentado como requisito parcial para obtenção do título de especialista no curso de Especialização em Educação Ambiental com Ênfase em espaços Educacionais Sustentáveis, setor Litoral da Universidade Federal do Paraná.

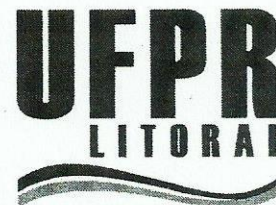
Orientador: Prof. MSc. Almir Carlos Andrade  
Coorientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Kátia Kalko Schwarz

MATINHOS  
2015



Ministério da Educação  
Universidade Federal do Paraná  
UFPR Litoral

Curso de Especialização Educação Ambiental com  
Ênfase em Espaços Educadores Sustentáveis




## PARECER DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Os membros da Banca Examinadora designada pela Orientadora, Professora Mestre **ALMIR CARLOS ANDRADE**, realizaram em **26/06/2015** a avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da estudante **FERNANDA MOSANIK DA SILVA PERSEGONA**, sob o título **"DESENVOLVER CAMPANHA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL FOCADA NOS TURISTAS DO LITORAL PARANAENSE"**, para obtenção do Título de *Especialista em Educação Ambiental com ênfase em espaços Educadores Sustentáveis* pela Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral, tendo a estudante recebido conceito **"APL"**.

Matinhos, 26 de junho de 2015.

  
Prof. MSc. **ALMIR CARLOS ANDRADE**

  
Prof. Dra. **LENIR MARISTELA SILVA**

  
**FERNANDA MOSANIK DA SILVA**  
**PERSEGONA**  
Estudante

### Conceitos de aprovação

**APL** = Aprendizagem Plena

**AS** = Aprendizagem Suficiente

### Conceitos de reprovação

**APS** = Aprendizagem Parcialmente Suficiente

**AI** = Aprendizagem Insuficiente

*Aos professores que nos deram a oportunidade de ampliar nossos conhecimentos  
em busca de mais um título.*

## **AGRADECIMENTOS**

Ao meu esposo que é base da nossa fortaleza.

A minha mãe e minhas irmãs que sempre me apoiaram.

Aos colegas de curso pela amizade.

A minha amiga Ana Júlia Coraiola Mello, que me ajudou na formatação e confecção dos materiais utilizado na apresentação do trabalho.

Ao meu amigo Luiz Cláudio Powrosnek, que me ajudou na diagramação do gibi.

A todos que, direta ou indiretamente, colaboram para a realização deste trabalho durante os anos de 2014 e 2015.

### **Coisas que aprendi na vida...**

Aprendi que não importa quão boa seja uma pessoa, ela vai feri-lo de vez em quando e você precisa perdoá-la por isto;

Aprendi que levam anos para se construir confiança e apenas segundos para destruí-la;

Aprendi que você pode fazer coisas em instante, das quais se arrependerá pela vida inteira;

Aprendi que quando estou com raiva, tenho o direito de estar com raiva. Mas isto não me dá o direito de ser cruel;

Aprendi que nem sempre é suficiente ser perdoado por alguém, algumas vezes você tem que aprender a perdoar a si mesmo;

Aprendi que não importa em quantos pedaços seu coração foi partido, o mundo não pára para que você o conserte;

Aprendi que o que importa não é o que você tem na vida, mas quem você tem na vida.

William Shakespeare

## **RESUMO**

O presente estudo propõe a produzir um material impresso em forma de gibi, e atrelada ao desenvolvimento de atividades educativas, reflexivas, lúdicas e criativas podem ser aplicadas na alta temporada nas cidades do litoral paranaense de: Pontal do Paraná, Matinhos e Guaratuba. Fará parte da campanha de sensibilização dos turistas do litoral do Paraná, quanto à importância da separação do material reciclável do lixo orgânico doméstico, destinação correta dos detritos gerados durante a permanência na areia da praia e nas atividades de lazer nos calçadões à beira mar, além da conservação do ecossistema de restingas e riscos de doenças. Instruir sobre os animais que podem trazer doenças, sendo eles insetos, roedores, aves e animais domésticos. Com esta proposta de educação ambiental para turistas, pode também surtir efeitos positivos na população permanente, através de práticas simples de conservação e atitude consciente, e que a população possa desfrutar de um ambiente agradável e saudável. O intuito da aplicação deste projeto é que venha surtir efeitos a médio e a longo prazo.

Palavras-Chave: Ambiente, Gibi, Lixo, Turismo.

## **ABSTRACT**

This study aims to produce a printed material in comic book form, and linked to the development of educational, thoughtful, playful and creative activities can be applied in high season in the cities of the coast of Paraná: Pontal do Paraná, Matinhos and Guaratuba. Will be part of the awareness campaign of the Paraná coast of tourists on the importance of separating recyclable materials from household organic waste, proper disposal of waste generated during their stay on the sand and in leisure activities in the seaside boardwalks will, in addition conservation of salt marshes ecosystem and risk of disease. Teach about animals that may carry diseases, namely insects, rodents, birds and pets. With this proposal for environmental education for tourists, it can also have positive effects on the permanent population, through simple conservation practices and conscious attitude, and that the population can enjoy a pleasant and healthy environment. The application purpose of this project is that will take effect in the medium and long term will.

Keywords: Environment, Gibi, Waste, Tourism.



## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>2. TURISMO E SEU APANHADO HISTÓRICO .....</b>	<b>9</b>
2.1 CONCEITOS BÁSICOS DO TURISMO .....	12
2.2 DEMANDA E A TERMINOLOGIA TURÍSTICA .....	14
2.3 PATRIMÔNIO TURÍSTICO .....	16
2.4 PATRIMÔNIO TURÍSTICO NATURAL .....	17
<b>3. TURISMO SUSTENTÁVEL .....</b>	<b>19</b>
3.1 EDUCAÇÃO AMBIENTAL TURÍSTICA .....	20
<b>4. MEIO AMBIENTE .....</b>	<b>22</b>
4.1 IMPACTOS DO TURISMO SOBRE O MEIO AMBIENTE .....	25
4.2 IMPACTOS AMBIENTAIS CAUSADOS PELO LIXO NO LITORAL DO PARANÁ .....	26
4.3 PROBLEMAS GERADOS PELO DESCARTE DO LIXO NAS PRAIAS .....	29
<b>5. PAISAGEM .....</b>	<b>33</b>
<b>6. DESCRITIVO DA CAMPANHA.....</b>	<b>35</b>
<b>7. METODOLOGIA .....</b>	<b>44</b>
<b>8. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>47</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>51</b>



## 1. INTRODUÇÃO

A importância econômica do turismo no litoral paranaense está intrinsicamente ligada ao desenvolvimento da região, que no caso Litoral do Paraná agraciado com uma formação litorânea circundada de ilhas e baías além de possuir preservada a maior área de Mata Atlântica do país, contribui em muito com o crescimento expressivo da atividade na região. Assim sendo, podemos denominar a esse acontecimento de cadeia produtiva do turismo.

“O conceito de cadeia produtiva no Turismo corresponde pressupõe a existência de um produto ou de um atrativo turístico que, em determinado território, que atua como elemento indutor para gerar uma dinâmica integradora entre as diferentes atividades que compõe o setor. Isto é, o produto ou o atrativo funciona como multiplicador de uma rede de serviços apoiados no desenvolvimento de uma infraestrutura e regional”. (IPARDES 2009, p.5).

Contudo, sabemos que toda ação existe uma reação e se tratando do crescimento da atividade turística, temos que nos atentar para que a mesma não ocorra de forma desordenada, criando assim impactos negativos ou até mesmo irreversíveis. Concretamente, a atividade turística tem impactos consideráveis sobre o *entorno*. Sancho apud Stankovic (1991) afirma que “o turismo é um consumidor específico de recursos naturais, pois estes constituem a base para o desenvolvimento da atividade turística”.

Sendo assim, na alta temporada é o melhor momento onde podemos observar melhor o impacto da atividade no litoral paranaense pois, todos desejam ter uma boa alimentação principalmente em período de viagens de férias, contudo o resíduo desse consumo é jogado fora de maneira que grande quantidade dos materiais recicláveis encontra-se misturados com materiais orgânicos. Podemos observar que latas de bebidas, restos de comidas, papéis, garrafas e papelão, são alguns dos itens facilmente encontrados no lixo dos turistas das praias do Litoral do Paraná.

Grande parte do conteúdo de uma lata de lixo é formada por embalagens, como papelão, o papel e os recipientes plásticos que envolvem um produto são desenhados para torná-lo mais atraente ao comprador, mas não passam de pacotes descartáveis. Papel e cartão constituem dois terços do lixo das

residências, mas a embalagem não é apenas decorativa, algumas são necessárias para conservar o alimento limpo e livre de contaminação. Além disso, muitas estão sendo feitas com produtos reciclados como, por exemplo, o papelão, que é feito com o papel reciclado. (James, 1995, p. 28).

A fim de objetivar um planejamento sustentável para o desenvolvimento da campanha de educação ambiental para os turistas do litoral paranaense, o presente estudo pretende analisar o caso das três principais cidades praianas no nosso litoral: Pontal do Paraná, Matinhos e Guaratuba, no que se refere à implantação da campanha que será voltada primeiramente aos turistas das praias do litoral paranaense, campanha esta que tem como base o seguinte *Slogan*: “Eu reciclo na minha casa e na praia”.

O objetivo geral deste trabalho é: desenvolver a campanha de educação ambiental focada nos turistas das principais cidades praianas do litoral paranaense quanto à separação do lixo reciclável do orgânico durante sua estada na cidade destino, além de sensibilizá-los quanto à importância de manter a areia da praia limpa, a importância da fauna e da flora e o quanto o lixo impacta, nos mais variados dos meios.

Contudo, os pontos específicos são: criar um “Laboratório didático” no qual serão desenvolvidas atividades lúdicas com temáticas ambientais; criar um gibi de educação ambiental com temas ligados à região litorânea do Estado do Paraná; firmar parcerias com o poder público e privado para fomentar atividades relacionadas ao ecossistema litorâneo.

O problema norteador deste trabalho foi: Como o desenvolvimento de uma campanha de educação ambiental ajudaria aumentar a separação correta do lixo reciclável do orgânico tanto na areia e arredores, quanto em suas casas no período de estada.

Foi utilizado para a elaboração deste trabalho, material científico bem como, livros, revistas, sites, contatos telefônicos além de visitas *in loco*.

## **2. TURISMO E SEU APANHADO HISTÓRICO**

Neste primeiro capítulo será apresentado um breve apanhado histórico do

Turismo, bem como o desenvolvimento da atividade, os conceitos básicos a fim de uma melhor compreensão do que é o Turismo, a terminologia e a demanda estas últimas servirão como base norteadora com a finalidade de termos convicção de que a intervenção de cunho ambiental será desenvolvida dentro de uma das inúmeras vertentes do Turismo.

O turismo é bem mais antigo do que as pessoas imaginam, uma vez que as viagens estiveram presentes desde os primórdios da história do homem. Há apontamentos antigos onde por muitos motivos, o homem era obrigado se deslocar, viajar. Razão está que está voltada ao campo religioso onde no livro do antigo testamento da bíblia Sagrada mostra a saída ou o êxodo dos hebreus do Egito, sendo guiado por Moisés para a terra prometida, (neste momento era o guia destas pessoas).

Segundo Oliveira:

...a palavra *tour* quer dizer volta e tem seu equivalente *turn*, no inglês do latim *tornare*. As palavras *tourist*, de origem inglesa, já aparecem documentadas AM 1970, na Inglaterra. Mas os estudiosos do setor, como o suíço Arthur Haulot, na busca de suas origens, apresenta a possibilidade origem hebréia, da palavra *tur*, quando na bíblia – Êxodo, capítulo XII, versículo 17 – cita que “Moisés enviou um grupo de representantes aos pais de Canaã para visitá-lo e informa-se a respeito de suas condições topográficas e agrícolas”. *Tur* é Hebreu antigo e corresponde ao conceito de “viagem de descoberta, de exploração, de reconhecimento”. (Oliveira 2005, p.17).

Conforme Ignarra (1999, p. 2), o turismo teve seu início quando o homem deixou de ser sedentário e passou ir à busca de outros lugares onde ele pudesse saciar as suas necessidades e principalmente onde ele pudesse objetivar relações comerciais com outros povos.

Ignarra (2003, p. 2), afirma que podemos admitir que o turismo de negócios surgiu antes mesmo do turismo de lazer. Segundo McIntosh apud (Ignarra, 2003 p. 2) o turismo deve ter surgido com os babilônicos por volta de 4.000 a.C.:

El invento Del dinero por lós sumérios (babilônicos) y El auge Del comercio que se inició aproximadamente em el año 4000 a.c., talvez, senale El comeienzo de La era amoderna de lós viajes. Los sumérios fueron lós primeiros em concebir La Idea Del dinero, y a aplicaria a SUS transacciones comerciales. (También invetaron l aescritura y La rueda, por ló que se lés podréa considerar como lós fundadores de lós viajes.) El hombre podia pagar por El transporte y El alojamiento ya fuera com dinero o por trueque de bienes (Ignarra, 2003, p. 2).

Oliveira afirma que, os romanos viajavam por lazer, comércio e para conquistar outras regiões, além de que ao longo das estradas instalaram hospedarias e centros de tratamento termal. (Oliveira, 2005).

Ignarra complementa que: “os romanos também viajavam para as cidades litorâneas para banhos medicinais. A talassoterapia data de cerca de quinhentos anos antes de Cristo”. (Ignarra, 1999, p.16).

Na Idade Média, segundo Oliveira (2005, p. 19), com a queda do Império Romano e a Tomada de Constantinopla (pelos Turcos), de um lado via-se a nobreza, juntamente com o clero, que este justificava em nome de Deus, e do outro lado estavam os servos, que trabalhavam nas terras dos senhores, como cada feudo se autossustentava, não eram realizadas viagens para fora dos mesmos, pois não havia necessidade do comércio.

Para Ignarra (1999, p. 17), a sociedade organizada em feudos autossuficientes, as viagens se tornaram uma grande aventura pelo perigo que elas representavam em termos de assaltos de grupos de bandidos. Como se vê o problema de segurança dos turistas não é uma preocupação dos tempos atuais.

De acordo com Oliveira (2005, p. 21), a Revolução Industrial, o capitalismo organizado, e o domínio, não estando mais concentrado nas mãos da nobreza, a força da nova sociedade passaram a ser a diplomacia. O autor ainda afirma que, após a Revolução Industrial, a preocupação mais humanista e a diplomacia como uma grande arma, as viagens a turismo passaram a ter outra conotação, sendo consideradas como educativas e de interesse cultural. Viajar era um aprendizado, e fator indispensável na educação.

Ignarra (2003, p.6), explana que o turismo no Brasil inicia com o seu descobrimento. As primeiras expedições marítimas que apontaram aqui no Brasil com Américo Vespúcio, Gaspar Lemos, Fernando de Noronha e outros, nesta fase não deixavam de estar *praticando* turismo de aventura. Percebe-se que essas viagens exploratórias não eram realizadas apenas pelos portugueses, pois documentos históricos mostram que navegadores espanhóis, franceses, holandeses e ingleses exploraram a costa brasileira.

## 2.1 CONCEITOS BÁSICOS DO TURISMO

O turismo compreende como uma atividade com fins lucrativos, onde sua finalidade é a satisfação do cliente por meio dos recursos de que se utiliza como podemos citar: os bens e serviços colocados à disposição do cliente a fim de satisfazer seus desejos.

Turista nada mais é que uns certos números de pessoas que se deslocam de suas residências sem finalidade lucrativa e com intuítos diversos que vão para os destinos de sua motivação, onde nesse entrelaço há uma multiplicação de renda no que se diz respeito á: compra de passagens, hospedagem, alimentação, entretenimento, que o núcleo receptor dispõe a este turista. Assim sendo, fica visível a existência de um mercado turístico. (Ignarra, 2003).

Para Oliveira:

...o turismo atua como uma migração temporária acompanhada de transferência de renda. Envolve consumo efetuado fora de seu local de domicílio De um lado, está à **procura**, que é o conjunto de pessoas com renda disponível para viajar. De outro, encontramos a **oferta**, um núcleo receptor dotado de infraestrutura de equipamentos, de bens e de serviços. (2005, p.33).

A primeira definição de turismo remonta a 1911, em que o economista austríaco Schattenhofen afirma que: “turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado”. (Schattenhofen, apud Barreto).

Para Oliveira, o significado de turismo é:

...atividade humana que é capaz de produzir resultados de caráter econômico financeiro, político, social e cultural produzidos numa localidade, decorrentes do relacionamento entre os visitantes com os locais visitados durante a presença temporária de pessoas que se deslocam de seu local habitual de residência para outros, de forma espontânea e sem fins lucrativos. (Oliveira2005, p.36).

Para Arrillaga apud Barreto, turismo é: “o conjunto de deslocamentos voluntários e temporários determinados por causas alheias ao lucro; conjunto de bens, serviços e organizações que determinam e tornam possíveis estes

deslocamentos”. (Barreto, 1999, p. 12).

Podemos observar que atualmente as definições de turismo ainda seguem o mesmo rumo que Schattenhofen descreveu sendo apenas escritas em outras palavras e recebendo algumas adaptações em meio à modernidade.

Ignarra conceitua turismo como: “o deslocamento de pessoas de seu local de residência habitual por períodos determinados e não por motivos ou razões de exercício profissional constante”. (Ignarra, 1999, p. 14).

A OMT – Organização Mundial do Turismo define turismo como: “deslocamento para fora do local de residência por período superior a 24 horas e inferior a 60 dias motivados por razões não econômicas”. (Ignarra, 1999, p. 11).

A definição da OMT teve modificações em 1994, que considerou: “o turismo engloba as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora do seu ambiente usual durante mais que um ano consecutivo, por prazer, negócios ou outros fins”. (Ignarra, 1999, p. 11).

Ignarra afirma que o uso do termo ambiente, usualmente citado pela OMT, tem por finalidade excluir as viagens dentro da área habitual de residência e as viagens frequentes ou regulares entre o domicílio e o lugar de trabalho e outras viagens dentro da comunidade com o caráter de hábito. Tal definição serve para padronizar o conceito de turismo nos vários países – membros dessa organização, mas não para definir a magnitude desse fenômeno. (Ignarra, 2003, p. 11).

De acordo com Jafar Jafari, apud Ignarra, (1999, p. 12), uma definição mais holística do turismo é: “o estudo do homem longe do seu local de residência, da indústria que satisfaz as suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físicos, econômicos e socioculturais da área receptora”.

Conforme Barreto, o elemento mais importante de todas estas definições é: o tempo de permanência, o caráter não lucrativo da visita e, uma coisa que é pouco explorada pelos autores analisados, a procura do prazer por parte do turista. O turismo é uma atividade em que a pessoa procura prazer por livre e espontânea vontade. Portanto a categoria de *livre escolha* deve ser incluída como fundamental no estudo do turismo. (Barreto, 1999, p.13).

Ignarra corrobora que, o turismo é um fenômeno complexo e afirma que a maioria das definições exclui as viagens desenvolvidas por motivos de negócio, de lucro. Entretanto, para o autor são elas as responsáveis por grande parte da



ocupação dos meios de transportes, dos hotéis, da estrutura de entretenimento, das locadoras de veículos e dos espaços de eventos, além de que todos esses elementos serem considerados empreendimentos turísticos. Para o autor não é por outra razão que se desenvolveram os termos turismo de negócios ou turismo de eventos. (Ignarra, 2003 p. 36).

Em turismo, há definições que distinguem a diferença entre turista e excursionista onde há uma profunda diferença, pois:

- Visitante: é a pessoa que visita determinada localidade diferente de seu habitat, estas pessoas podem estar ali por decorrentes ao caminha de suas viagens.
- Turista: é a pessoa que viaja por diferentes motivações, onde estas permanecem fora de sua residência por um período superior a 24 horas e inferior a 60 dias.
- Excursionista: pessoa que viaja a uma determinada localidade, mais não permanece mais que 24 na mesma (Ignarra, 1999).

A IUOTO (União Internacional das Organizações Oficiais de Viagens), em 1968, definia o turista como um tipo de visitante. Segundo Barreto (1999, p. 25), visitante é,

Toda pessoa que visita um país diferente daquele que reside habitualmente, por qualquer razão que não seja trabalho remunerado. Entre os visitantes estão os turistas e os excursionistas. Os turistas são visitantes que realizam pelo menos um pernoite num país ou região e permanece um mínimo de 24 horas. Os Excursionistas são, para a luoto, aqueles visitantes que não param para um pernoite, mais que atravessam o país ou região. Um excursionista permanece por menos de 24 horas e inclui viajantes de um dia e pessoas fazendo cruzeiros. (IUOTO apud Barreto, 1968).

## 2.2 DEMANDA E A TERMINOLOGIA TURÍSTICA

Sem o destino o destino turístico não existe demanda, Ignarra (2003, p. 18), classifica-os de acordo com a amplitude territorial em,

- Atrativo turístico: É o recurso natural ou cultural que atrai o turista para a visitação.

- Complexo turístico: É o atrativo turístico que já dispõem de uma certa infraestrutura de alimentação, hospedagem e entretenimento, mais que ainda não se constitui em um centro urbano. Alguns autores classificam os complexos turísticos como um conjunto de centros turísticos.
- centro turístico: É um aglomerado urbano quer tem dentro de seu território ou no seu raio de influência, atrativos turísticos capazes de motivar uma visita turística.
- Área turística: é um território circundante a um centro turístico que contem vários atrativos e estrutura de transporte e comunicações entre esses vários elementos e o centro. Alguns autores definem um mínimo de dez atrativos para uma área ser considerada turística.
- Zona turística: é um território mais amplo que congrega mais um centro turístico. (Ignarra, 2003, p 18).

Segundo Barreto a ocorrência de complexo turístico são menos frequentes do que centros e zonas turísticas, e podem ser considerados centros de distribuição para as outras classificações apontadas por Ignarra. Para a autora existem quatro tipos de centros turísticos:

- De distribuição: São aqueles nos quais o aglomerado urbano serve como base para a emissão de excursões diurnas, aos quais os turistas retornam para dormir; os alojamentos e a rede alimentar principal, portanto, devem estar na cidade, e os equipamentos específicos, no atrativo propriamente dito (guias, serviços alimentares complementares, mirantes, trilhas, estacionamentos, sanitários). A média de permanência dos turistas nesses centros é de três dias.
- Os centros de estadas: são aqueles que exploram um único atrativo, por exemplo, a praia. Os turistas permanecem por longas temporadas no local, para usufruírem repetidamente do atrativo e, não raro, retornam todos os anos. Portanto, os centros de estada devem ter a melhor infraestrutura adequada á demanda (comércio, serviços essenciais etc.) e a oferta de lazer variada, fundamentalmente para o período noturno. A renovação dos equipamentos é essencial para manter o interesse da clientela.
- Os centros de excursão: são aqueles que recebem turistas por um período inferior a 24 horas, provenientes de centros de distribuição.
- Os centros de escala são poucos comuns: são aqueles em que há conexões de transportes importantes a caminho de atrativos turísticos, pontos de conexão entre mercado receptor e emissor. São centros que não precisam de atrativos, ao contrário dos outros três; somente precisam ter alojamentos, oferta alimentar, alguns equipamentos de lazer e comércio de souvenirs. Como exemplos de centros de escala podem ser citadas cidades com aeroportos e hotéis próximas as estações de esqui. (Barreto, 1999, p.34-35).

Podemos compreender que a demanda é correspondente à oferta de equipamentos turísticos, pois se entende que a oferta de elementos naturais, sociais, culturais, associados a uma infraestrutura de transportes, hospedagem, alimentação e entretenimento, gerou-se a partir de um conjunto de necessidades que formam uma demanda turística. (Mota, 2001, p. 76). Assim sendo a demanda turística as cidades litorâneas do país vem crescendo, como mostra os dados de 2005 da EMBRATUR, onde de cada dez cidades mais visitadas no Brasil, seis são litorâneas.

(EMBRATUR, 2006).

Desta forma a necessidade de um planejamento socioambiental, ações permanentes principalmente nas temporadas onde as estratégias de implantar uma campanha de educação ambiental que perdure em longo prazo, visando que além do aumento do fluxo de turistas nas cidades litorâneas do Paraná, temos também o crescimento populacional impactando diretamente os ecossistemas da região.

## 2.3 PATRIMÔNIO TURÍSTICO

O patrimônio turístico é composto por tudo aquilo é utilizado na atividade turística, bem como a indústria turística em geral.

Para Oliveira (2005, p 95), compreendem-se por patrimônio turístico os recursos utilizados para atrair visitantes, que podem ser classificados como *patrimônio turístico natural* ou como *patrimônio proveniente da atividade humana*. Esses elementos reunidos formam o *produto turístico*, que segundo Beni,

...é o resultado da soma dos recursos naturais e culturais e serviços produzidos por uma pluralidade de empresas, algumas das guias operam a transformações da matéria prima em produto acabado, enquanto outras oferecem seus bens e serviços... (Beni apud Oliveira, 1998, p.29).

Verifica-se que o produto turístico é composto de produtos tangíveis e intangíveis, corroborado por Valls apud Ignarra quando afirma que produto turístico,

...se representa como um conglomerado, uma amalgama, uma constelación de elementos tangibles e intangibles em particular. Entre lós elementos tangibles se hallan lós bienes, lós recursos, lās infraestructuras y lós equipamientos; entre lós intangibles, se cuentan lós servicios, La gestión, La imagen de marca y El precio. (Valls 1996, apud Ignarra, 1999, p 50).

Para Oliveira (2005, p. 70), produto turístico entende-se tudo o que é oferecido aos turistas, incluindo as atrações naturais, diversões, museus, paisagens, festivais e necessidades, tais como refeições, alojamentos, transportes, serviços de guias etc., reafirmando os autores acima citados, porém detalhando um pouco mais o produto.

Para o autor, os bens e serviços são a matéria-prima do produto turístico necessário para atender e satisfazer o consumidor, e constam deles os produtos alimentícios, produtos de uso nas instalações turísticas, materiais esportivos e de limpeza, além de prestação de serviços, tais como o receptivo, a acolhida, a informação etc. (Oliveira, 2005, p. 68-75).

Contudo se formos analisar a citação de Oliveira no seu entendimento do que é o produto turístico, então podemos acrescentar dentro da questão diversão: as atividades lúdicas de educação ambiental e da questão dos serviços: a sensibilização ambiental turística onde obteremos a afirmativa de que Educação Ambiental não só pode como deve compor um produto turístico.

## 2.4 PATRIMÔNIO TURÍSTICO NATURAL

No que diz respeito à *Restinga* parte do nosso objeto de estudo, está que se encontra discriminada como um subtipo de atrativo conforme tabela acima e citada por vários autores como Patrimônio Nacional, que conforme o decreto 6.660 de 21 de novembro de 2008 que Regulamenta dispositivos da Lei nº 11.428, de 22 de dezembro de 2006, qual dispõe sobre a utilização e proteção da vegetação nativa do Bioma Mata Atlântica, temos a certeza de que o ambiente de estudos requer além de atenção cuidados redobrado na sua utilização.

Independente do tipo de patrimônio que atraia o turista e da classificação territorial deve-se atentar na existência da atividade turística a fim de minimizar os impactos do fluxo da demanda principalmente em áreas com maior fragilidade do ecossistema.

Conforme Oliveira (2005, p 95), o patrimônio turístico natural é o agrupamento dos elementos criados pela natureza que podem ser utilizados como atração turística por suas características, o autor acrescenta que as paisagens compõe o patrimônio turístico natural são atrações únicas e, por isso, exigem preservação.

De acordo com Ignarra os atrativos naturais são:

Tipos	Subtipos
Montanhas	Picos
	Serras Montes/morros/colinas
Planaltos e Planícies	Chapadas/tabuleiros
	Patamares Pedras/tabuleiros Vales/rochedos
Costas ou Litoral	Praias
	Restingas Mangues Bahias/enseadas Sacos Cabos/pontas Falésias/barreiras Dunas Outros
Terras Insulares	Ilhas
	Arquipélagos Recifes/atóis
Hidrografia	Rios
	Praias fluviáis/lacustres Quedas d' água
Pântanos	
Fontes hidromineráis e/ou termais Parques e reserva de fauna e flora Grutas/cavernas/furnas Áreas de caça e pesca	

QUADRO 1 – TIPOS DE ATRATIVOS NATURAIS

FONTE: (Ignarra, 2003, p.55).

Ignarra (2003, p. 54), os patrimônios turísticos naturais são os elementos da natureza tais como, as paisagens, praias e balneários, cânions e gargantas, montes e montanhas, lagos e lagoas, cataratas, rios, grutas, ilhas, florestas, bosques, parques florestais, entre outros elementos da natureza, que podem ser favorecidos como atrativos e que podem ser consumidos pelos turistas.

### 3. TURISMO SUSTENTÁVEL

O objetivo deste capítulo é a apresentar a atividade turística fundamentada na sustentabilidade tendo como uma de suas diretrizes a Educação Ambiental Turística atrelada ao desenvolvimento e integração da comunidade local no processo. Para ter o turismo de forma sustentável é necessário que haja planejamento, e que este contemple a preservação e a conservação deste meio, isso se dá não só para a atividade turística, mas para todas aquelas atividades que estão ligadas á indústria turística.

O turismo e o desenvolvimento sustentável estão unidos ao meio ambiente e sua sustentabilidade. O desenvolvimento dos meios e do turismo depende da preservação do meio além da disposição e de seus recursos como base. Objetivando um turismo sustentável teremos uma atividade economicamente viável, minimizando os impactos negativos e destrutivos tanto dos recursos como o da comunidade local, na qual o turismo estará garantindo o seu futuro na localidade. Esta atividade turística sustentável estará sensibilizando nas pessoas uma preocupação maior com a preservação dos recursos. (Swarbrook, 2000).

O turismo sustentável nada mais é do que a “união” da indústria turística, a comunidade, o setor público em geral, organizações não governamentais, os meios de influência de globalização como a mídia, além de organizações do setor voluntário. (Dias, 2003).

Hetzer apud dias (2003, p 51), relaciona explicitamente turismo e desenvolvimento, que em sua essência, segundo ele, é fazer melhor o que se pode ser feito. E nesse descreve sua proposta do seguinte modo:

Para fazer melhor nos propomos a projetar, testar e transmitir através de um sistema abrangente, multidimensional e autossustentável, envolvendo a perspectiva ambiental, econômica, de saúde, nutricional, psicológica, e outras fortemente relacionadas com o turismo, para expressar o propósito de fazer o turismo, um instrumento útil para o eco-desenvolvimento: útil não somente para o atendimento das necessidades perceptíveis dos turistas, mas para as necessidades ambientais, culturais e econômicas das comunidades locais, nacionais e internacionais com que estes turistas entram em contato. (Dias, p 51).

Para Swarbrook (2000, prefácio, VVI), o turismo sustentável não é apenas proteção ao meio ambiente; ele também está ligado à viabilidade econômica a longo prazo e a justiça social, além de que o mesmo não se pode ser separado do debate mais amplo sobre o desenvolvimento sustentável e que o progresso em direção as formas mais sustentáveis de turismo dependerá muito mais das atividades da indústria do turismo e das atitudes do turista, que de ações de órgãos do setor público.

Leff appud Barreto e Tamanini, (2002, p 111), apresenta uma contribuição sustentada pelo olhar disciplinar da geografia: uma abordagem socioespacial de uma das atividades econômica que mais cresce atualmente, alicerçada em estratégia de mercado, induzidas pelas políticas públicas e legitimada pelas práticas sociais.

É importante lembrar que na maioria das vezes, a comunidade local não é citada como uma das principais peças para o desenvolvimento do turismo nas localidades. Contudo para que esse desenvolvimento aconteça de forma sustentável, se faz necessário trabalhar a sensibilização turística com as comunidades afim de que as mesmas venham a cobrar melhorias para o poder público, maximizando assim uma possível sustentabilidade. (Swarbrook, 2000).

Deste modo o desenvolvimento sustentável se identifica como um processo de transformação qualitativa, fruto da aspiração política que se expressa mediante o planejamento da gestão. Assim poderá se obter um desenvolvimento turístico baseado em estabilização entre a participação do patrimônio cultural e natural, a viabilidade econômica do turismo e a equidade do desenvolvimento. (Dias, 2003).

Enfim para o autor, o componente vital para o desenvolvimento do turismo nas áreas naturais protegidas é a mudança de comportamento dos seres humanos envolvidos no processo que devem dar a relativa importância ao meio ambiente.

### 3.1 EDUCAÇÃO AMBIENTAL TURÍSTICA

Controlar o comportamento dos turistas não é o único aspecto difícil de legislar; “o controle da indústria do turismo também é problemático. Isto é

especialmente verdadeiro no caso das corporações multinacionais que operam através das fronteiras nacionais e são muito mais poderosas que alguns governos de países menores. Talvez seja por isso que muitos órgãos públicos prefiram confiar na autorregulamentação da indústria do turismo, e acreditem que seja melhor educar o turista a comporta-se com maior responsabilidade”. (Swarbrook, 2000, p.7).

Expondo essas inquietações, espera-se contribuir de maneira significativa para uma discussão sobre a sustentabilidade ecológica do turismo, acreditando na educação como um único caminho para a tomada de consciência ambiental, por todos os homens habitantes do planeta Terra. Neste contexto inclui-se a questão da valorização humana da qual o homem reconhece seus recursos e, conseqüentemente seus riscos ou as possíveis degradações resultantes. (Barreto e Tamanini, 2002, p.72).

Para uma melhor compreensão dos impactos do turismo em áreas naturais, Dias (2003, p. 137 – 144), divide-os primeiramente em impactos físicos e ecológicos, os impactos do turismo em meio ambiente físico, das áreas protegidas são: poluição do ar por meio de emissão de gases e fumaças; poluição da água por meio de resíduos humanos e doenças patogênicas; poluição das águas por derramamento de óleo e outros produtos químicos; alterações na estrutura e composição do solo; erosão física dos solos; danos físicos em estruturas geológicas específicas; danos provocados por coletas de espécimes; impactos ecológicos e geológicos associados com a construção de instalações; diminuição da beleza visual. Já os impactos por meio ecológico são: ecológicos e vegetação. (Dias, 2003, p. 137-144).

Por isso, quem implementa o turismo seja na cidade ou em meios naturais, também precisa compreender que essa atividade gera impactos positivos e negativos. Precisa saber gerenciar recursos de forma a evitar os impactos socioambientais indesejáveis (Barreto e Tamanini, 2002, p.44).

Junior apud Reis corrobora que partindo da ideia de que a educação ambiental transformadora e emancipatória tratam mais diretamente dos aspectos socioambientais das relações humanas. (Reis, 2005 p. 270).

Na atualidade observa-se a necessidade de internalizar um emergente saber ambiental do processo educativo, que enfoque a multicausalidade dos problemas socioambientais do presente, além de novas bases de análises tais como a perspectiva do saber ambiental e da teoria da complexidade. (Oliveira, 2008 p. 58).



A questão ambiental, neste contexto deve ser compreendida como um processo de interação entre o homem e a natureza. Essa visão é também desenvolvida no âmbito da ciência geográfica, cujos conhecimentos têm estreita ligação com as práticas da Educação Ambiental (Oliveira, 2008 p.58).

Sánchez complementa que a Educação Ambiental: “Por tanto caben em Ella todas las acciones formativas programadas em diferentes lugares, como granjas, escuela, campamentos, campos de trabajo, parques naturales, parques nacionales, centro de interpretación de La naturaleza y otras instalaciones como plantas de resíduo, estacione depuradoras, etc., pero también las llevadas a cabo en cualquier lugar en el que se dé cabida al diálogo y la interacción de um grupo de personas.

No entanto, a constituição do Brasil, promulgada em 1988, no artigo 225 do capítulo VI – Meio Ambiente – que determina:

“Todos tem o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem o uso comum do povo é essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e a coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações”.

Sendo assim, a existência de uma política de turismo é elemento fundamental para que o desenvolvimento desse setor seja o mais equilibrado possível. Essa política deve integrar o setor privado, o setor público, o profissional de turismo, a comunidade que será envolvida, sem dispensar a devida atenção á preservação ativa de bens da natureza e de bens culturais, quando da execução de projetos e de sua realização. (Ferretti, 2002, p.93).

No turismo, a educação ambiental é um processo que consiste em reconhecer valores e definir conceitos com o objetivo de fomentar as atitudes necessárias para a compreensão das inter-relações entre o homem, sua cultura e seu meio biofísico. A educação ambiental trabalha também a participação nas questões relacionadas com a qualidade do meio ambiente. (Scotti, 2005 p. 24).

#### **4. MEIO AMBIENTE**

A proposta deste capítulo é apresentar primeiramente a definição do termo

Meio Ambiente e tudo que envolve esse meio ao se tratar da atividade humana em um ambiente frágil e tão importante para a sobrevivência e o desenvolvimento de outros meios.

O termo meio ambiente provém do Latim *médium* (meio), que se refere ao *lugar* onde qualquer ser vivo pode ser encontrado e *ambire* (ambiente), que se relaciona a tudo que envolve esse lugar. Sendo assim, o meio ambiente é toda a realidade física ou o entorno que envolve todos os seres humanos. Sendo que o mesmo diz respeito também aos componentes naturais, a tudo o que foi criado pelo homem, podem ser eles visíveis ou não, além de suas interações ou não com o meio (Costa, 2002).

Porem, o meio ambiente é formado por um conjunto de elementos físico-químicos, ecossistemas naturais onde podemos citar as rochas, às águas, o ar, os ecossistemas compostos por tipo de vida animal e vegetal juntamente com os aspectos sociais que são integrados pelo ser humano, onde podem ser eles individual ou social integrado a um processo de desenvolvimento de suas atividades físicas de intelectuais.

Para Cassola apud Ferreti (2002, p. 4), existem três subconjuntos para o meio ambiente.

- Ambiente natural: refere-se ao conjunto de ecossistemas naturais cujos recursos se utilizam tal e como existem na natureza.
- Ambiente Transformado: inclui todos os espaços que foram criados ou modificados pelo homem para a realização de diferentes atividades, como agricultura, urbanização e pecuária.
- Ambiente sociocultural: envolve todas as instituições, crenças, valores e sistemas de vida que as sociedades criaram por meio de sua evolução histórica, sendo, portanto, a cultura em seu sentido mais amplo.

Elucidaremos com uma foto que demonstra mais claramente a imagem de um Ambiente Transformado, no qual temos o ambiente natural sendo impactado pela atividade de pesca. (FOTO 01).



FOTO 01 - ESPAÇO MODIFICADO PELO HOMEM ATRAVÉS DA ATIVIDADE PESQUEIRA.  
FONTE: A AUTORA (2014).

Para Ruschmann (1997 p. 10), por meio ambiente entende-se a biosfera – juntamente com seus ecossistemas. Para a autora a definição de meio ambiente também inclui todos os tipos de construções feitas pela mão do homem: as cidades, os monumentos históricos, os sítios arqueológicos e, ainda, os padrões de comportamento das populações – o folclore o vestuário, a gastronomia e o modo de vida das comunidades.

Contudo, dentro do contexto de meio ambiente, temos os fatores ambientais: que são os relevos (geomorfologias), solos (pedologias), clima (climatologia), vegetação (biogeografia), minerais e rochas (geologia) e também os recursos hídricos. Os fatores sociais são: demografia, economia, cultura, história e turismo, nas quais ambos os fatores influenciam o comportamento e as relações da sociedade diante o meio ambiente frente ao ser humano, portanto qualquer fato ambiental que aconteça seja ele bom ou ruim vai impactar a vida dos seres humanos. (Costa, 2002).

Assim sendo, Ferreti cita que:

É de se perceber que o futuro da humanidade é incompatível, com a maneira de exploração dos recursos naturais, processos de produção, distribuição de renda, níveis de consumo e com as inúmeras formas de agressão ao meio praticadas pelo sistema capitalista vigente. (Ferreti, 2002, p 025).

Ruschmann (1997) ressalta que, todas as intervenções do turismo não se traduzem, necessariamente, na agressão ou na degradação do meio natural.

Segundo Mendonça, muitas vezes, a melhoria da qualidade da percepção requer maior conhecimento das características ambientais locais. O turismo pode possibilitar isso. (Mendonça apud Ferretti, 2002, p. 107).

#### 4.1 IMPACTOS DO TURISMO SOBRE O MEIO AMBIENTE

Os impactos que a atividade turística causa sobre o entorno no qual se desenvolve são diversos, uma vez que existe a necessidade de complementarmos os atrativos naturais com outros recursos como, por exemplo: a implantação de infraestrutura turística a fim de satisfazermos o turista.

Sancho (2001) elucida os impactos do turismo sobre o meio ambiente conforme a Figura abaixo:

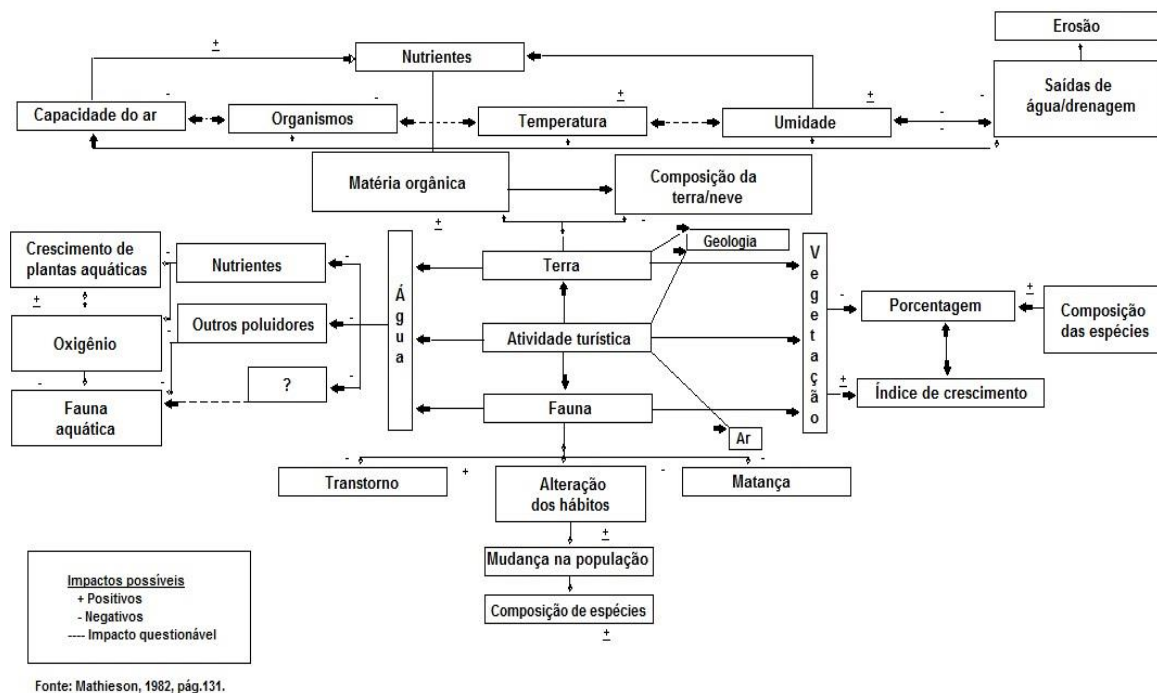


FIGURA 1 – IMPACTOS DO TURISMO SOBRE O MEIO AMBIENTE  
 FONTE: SANCHO (2001, p. 232).

Ary Haro ([2014]) cita, dentre as principais ações agressivas humanas em face das áreas de restinga, constatadas nas praias do município de Matinhos: destruição da vegetação para implantação de canchas esportivas e de praças pavimentadas e ajardinadas com espécies exóticas; colocação de postes de iluminação de alta potência na orla, em prejuízo de espécies de hábitos noturnos; e a construção de bueiros pluviais inadequados diretamente na faixa praiana no início da década de 1990.

Podemos concluir com as colocações e com base nas pesquisas, que não é só o município de Matinhos, que vem sofrendo estes impactos, pode englobar também nesta análise os municípios de Pontal do Paraná e Guaratuba.

## 4.2 IMPACTOS AMBIENTAIS CAUSADOS PELO LIXO NO LITORAL DO PARANÁ

Conforme James, (1995, p. 27) na nossa sociedade consumista, milhões de toneladas de lixo são produzidas anualmente, os sacos de lixo estão entupidos de material reciclável, como latas, garrafas, papel, etc.

...os campos estão poluídos com o lixo industrial, os oceanos e os rios ganham um número espantoso de quantidades de resíduos tóxicos e com isso o lixo acabou tornando-se um assunto polêmico, pois a sociedade aos poucos se conscientiza de que não basta jogá-lo fora e esquecê-lo. James aborda o problema do lixo como um todo, pelo qual ele é produzido até os meios para se livrar dele. (James, 1995, p. 27).

Segundo o site (AUMENTA, 2015), o gerenciamento dos resíduos sólidos urbanos, o lixo, é um dos grandes desafios para os municípios do Litoral do Paraná. Problema que se acentua durante a temporada de verão, quando a geração de resíduos se multiplica até cinco vezes.

Por esse motivo os municípios do litoral paranaense e a Secretaria de Estado do Meio Ambiente do Paraná se unem para dar conta da demanda juntamente com o apoio do Conselho de Desenvolvimento Territorial do Litoral Paranaense (Colit) que através de reuniões com representantes dos municípios do litoral recebem orientação sobre como atuar na questão dos resíduos sólidos a fim de que o gerenciamento correto dos resíduos e as ações específicas ajudem as cidades a cumprirem a Lei Nacional de Resíduos Sólidos.

Faremos a seguir uma amostra de dados em fase cronológica a partir da temporada ano de 2009/2010 até 2014/2015.

Durante as festas de Ano-Novo, o volume de lixo gerado no litoral paranaense aumenta consideravelmente. Para que se tenha uma ideia em dias normais - durante a operação verão - são coletados em média 220 toneladas de lixo por dia nos municípios de Guaratuba, Matinhos e Pontal do Paraná. No período do Ano-Novo o volume dobra. No dia 1º de janeiro de 2010 foram recolhidas 372 toneladas de lixo e no dia 2 de janeiro, foram encaminhadas aos aterros sanitários, 449 toneladas de lixo (VOLUME, 2015).

Em conversa com representante da Secretaria de Recursos Naturais da Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná, eles mostram dados onde no município, por exemplo, são geradas cerca de 30 toneladas de lixo por dia durante o ano. E que esse número na temporada de verão salta para 200 toneladas por dia. Contudo o último dado levantado se dá entre os dias 16 de dezembro a 28 de fevereiro do

ano de 2014, onde foram recolhidas 295 toneladas de lixo apenas das areias das praias do Paraná. Até a presente data em visita ao órgão, não tinha sido finalizado os números da temporada de 2014/2015.

A matéria do site da Gazeta do Povo (SERVIÇO, 2015) relata que: “Quase três dias depois, o lixo deixado por 1,3 milhão de pessoas na noite de ano novo foi retirado das praias do Litoral do Paraná. Até a tarde desta sexta-feira (2), quem visitou a orla paranaense encontrou um cenário lamentável com garrafas, latas, sacolas e todo tipo de lixo acumulado pelas areias de toda a orla”.

“Eu opero a máquina na areia. Os coletores trazem o lixo e eu faço o transporte. Tem muito, muito lixo. É latinha, é coco, é plástico. Sai uma tonelada em dia de movimento fraco. Para o veranista e para o morador é muito importante esse serviço porque eles têm a praia bem mais limpa, não tem comparação com o que era antes. E para mim também é porque, além disso, eu peguei um emprego que vai me ajudar com as contas em casa”, comemora, ele que mora em Guaratuba há 38 anos. Edson Luis dos Santos é um dos operadores da máquina dumper de limpeza na areia desde a praia de Caieiras até a Barra do Saí, numa extensão de 20 km (POPULAÇÃO, 2015).

Contudo, a Companhia de Saneamento do Paraná (Sanepar) participa da Operação Verão, garantindo a limpeza das praias de Pontal do Paraná, Matinhos e Guaratuba, numa faixa de 63 quilômetros lineares de orla – o equivalente a 1,5 milhão metros quadrados de área de areia.

Durante o dia, a limpeza das praias é feita com o uso de carrinhos de mão, utilizados em pequenas distâncias e há ainda oito veículos de carga (*dumper*), que podem transportar até duas toneladas de resíduos. À noite, são utilizadas seis saneadoras de areia, equipamentos para peneirar e aerar as areias secas, retirando resíduos de menor tamanho, como cacos de vidro, palito de sorvete, objetos cortantes, bitucas de cigarro, tampinhas de garrafa, entre outros. A Sanepar é responsável pela coleta do lixo gerado na faixa de banho, transporte e destinação final de resíduos sólidos (POPULAÇÃO, 2015).

Conforme os dados e as pesquisas acima citadas, temos a clara situação do problema dos impactos que o descarte incorreto de matérias recicláveis, orgânicos e outros podem acarretar para o meio ambiente natural que no objeto de estudo é o litoral paranaense e sua orla.

Observamos também que já existem ações para destinação do lixo gerado pelos turistas e moradores do litoral, mais as mesmas não contemplam campanhas efetivas de separação dos mesmos.

#### 4.3 PROBLEMAS GERADOS PELO DESCARTE DO LIXO NAS PRAIAS

Conceição e Scotti, (2014) demonstram que nos 7.408 quilômetros da orla atlântica do Brasil vivem 26,6% da população – cerca de 50,7 milhões de brasileiros, segundo o Censo de 2010 realizado pelo IBGE – distribuídos em 463 cidades das 5.565 do país, que, por sua vez, produzem, em média, 65 mil toneladas diárias de lixo. Contudo nas cidades litorâneas do sul do Brasil – 51 nos estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, onde se concentra uma das maiores biodiversidades do mundo e onde as unidades de conservação sob todas as formas se multiplicam – de parques a reservas ecológicas – o movimento das marés influenciado pela corrente das Malvinas que por sua vez sofre influência da corrente Circumpolar Antártica, cerca de 3,1 milhões de habitantes produzem uma quantidade enorme de lixo que é descartada sem critérios e acaba indo parar no mar. Como nos mostra a foto abaixo. (FOTO 02).





FOTO 02 – LIXO DEIXADO NA AREIA NO FIM DE TARDE NA PRAIA DE IPANEMA.

FONTE: A AUTORA (2014).

Sobre esse prisma, o professor e pesquisador Paulo de Tarso Chaves, do Laboratório de Ictiologia Estuarina do Departamento de Zoologia da Universidade Federal do Paraná vem desenvolvendo uma pesquisa sobre a chamada “pesca fantasma” no litoral dos estados do Paraná e Santa Catarina.

A “pesca fantasma” a que se refere Paulo de Tarso, é a provocada pelos restos de malhas de redes, boias de isopor, bandeiras de bambu para marcação das malhas de pesca, galões plásticos de combustível, armadilhas de arames e madeira, encontrados no mar, o que afeta diretamente o ciclo de reprodução de crustáceos e peixes. Os impactos ambientais mais evidentes com relação ao lixo marinho estão relacionados à morte de animais. Esse problema tem sido considerado tão grave, que já existem registros de ingestão ou enredamento em lixo para a maioria das espécies existentes de mamíferos, aves e tartarugas marinhas. Muitos animais confundem resíduos plásticos com seu alimento natural. Sua ingestão pode causar o bloqueio do trato digestivo e/ou sensação de inanição, matando ou causando sérios problemas à sobrevivência do animal. O enredamento em materiais sintéticos, como resíduos de pesca, também é muito perigoso. Isso tem afetado especialmente populações de animais com hábitos curiosos, como focas e gaivotas, seja no Havaí ou em ilhas subantárticas. (Conceição; Scotti, 2014).

O resultado dessa falta de cuidado que as pessoas têm com relação ao descarte incorreto seja ele de qualquer tipo de material, contaminante ou não, é um só: a *balneabilidade* das praias, um agravante direto da falta de saneamento e coleta adequada do lixo, que com base nas pesquisas vem piorando e agravando a cada ano. Segundo especialistas, o lixo marinho é consequência da ausência de políticas ambientais e da predominante cultura do descarte, um símbolo da praticidade da sociedade atual.

...80% do lixo encontrado no mar são gerados em terra. Ou seja, pelas pessoas nas cidades. “Apenas 20% do lixo encontrado no mar é oriundo de navios, atividades pesqueiras e petrolíferas. O lixo que hoje está nas ruas, amanhã pode estar no mar”, destacou o oceanógrafo Paulo Fernando Garreta Harkot.(OPERAÇÃO,2014).

Não podemos esquecer além dos mares, e rios a *restinga* é afetada em grande proporção com o descarte inadequado do lixo, tornando-se um agravante por se tratar de uma Área de Preservação Permanente (APP) que conta com lei específica de proteção. A restinga é um ecossistema composto de formações vegetais costeiras, extremamente adaptadas a condições adversas como ventos, terrenos arenosos, baixos níveis de fertilidade do solo e elevado grau de salinidade que, juntamente com as dunas, protegem a orla do avanço do mar, das erosões e as ressacas marinhas, além de ser caracterizada por uma vegetação rasteira, a restinga é habitat natural de diversas espécies de pássaros, como corujas, quero-queros, gaivotas, caranguejo Maria farinha e pequenas serpentes, entre outros animais.

“Sem a restinga, as marés altas levam a areia embora e começam o processo de erosão que, em alguns pontos do Litoral, já está bastante adiantado” (Sebastião Garcia de Carvalho, fiscal do IAP).

Conforme a resolução do CONAMA de 23 de julho de 1996 também apresenta uma série de características biológicas acerca das restingas, mencionado grande número de espécies vegetais e animais predominantes nessa área. Sobre as espécies animais assim esclarece o texto:

[...]

m) as áreas *entremarés* (*estirâncio*) constituem-se em pontos de descanso, alimentação e rota migratória de aves provenientes dos hemisférios boreal e austral, como o maçarico (*Caladris sp* e *Tringa sp*), batiara (*Charadrius sp*),

pinguim (*Spheniscus megalanicus*) e gaivotão (*Larus dominicensis*); ponto de reprodução de tartarugas marinhas (*Caretta caretta* e *Chelonia mydas*); e ponto de descanso, alimentação e rota migratória de mamíferos marinhos: elefante-marinho (*Mirounga sp*), lobo-marinho (*Arctocephalus sp*) e leão-marinho (*Otaria sp*) e cripto-fauna, característica não observável a olho nu. As áreas de dunas caracterizam-se como zona de descanso, alimentação e rota migratória de *Charadriiformes* e *Falconiformes*: falcão-peregrino (*Falco peregrinus*), águia-pescadora (*Pandion haliaetus*), batuíra (*Charadrius collaris*), maçarico (*Gallinago gallinago*), piru-piru (*Haematopus palliatus*), batuíruçu (*Pluvialis squatarola* e *Pluvialis dominica*), batuíra (*Charadrius spp*); maçaricos (*Tringa spp*, *Calidris spp*, *Arenaria interpres*, *Numerius phaeopus*, *Limosa haemastica*) e passeriforme-caminheiro (*Anthus sp*). Nas áreas abertas ou alteradas desaparecem as espécies migratórias e ocorre a colonização por espécies oportunistas, como: chopim (*Molothrus bonariensis*), coruja-buraqueira (*Speotyto cunicularis*), anu-branco (*Guiraguira*), gavião-carrapateiro (*Milvago chimachima*).

Verifica-se que muito são as espécies que dependem da restinga para sua adequada sobrevivência, apesar da fragilidade desse ecossistema.

Contudo, os problemas gerados pelo descarte de lixo nas praias, não afeta somente o meio ambiente, sua *fauna* e sua *flora*, ele também afeta diretamente a questões ligadas à saúde dos seres humanos, pois o lixo depositado nas ruas, a céu aberto, atrai moscas, baratas, ratos, e outros insetos e animais que dele se alimentam, podendo trazer doenças à população. Especialistas afirmam ainda que, com a chegada das chuvas, os resíduos podem também permitir o desenvolvimento de larvas de mosquitos vetores de doenças como a dengue.

“O risco do lixo espalhado pelas ruas é o de acúmulo de vetores de baratas e moscas. Elas podem pousar no lixo e depois nos alimentos que serão ingeridos pela população, e isso provoca diarreias. Com a chuva, o problema é a dengue. Em meio ao lixo espalhado nas ruas, há muito material que pode acumular água, como as latas. Estas podem dar origem a poças de água parada e, assim, se transformarem em um local propício para o desenvolvimento da dengue” (LIXO, 2015).

O Globo apud Medonho (2015) afirma que a leptospirose também pode surgir das montanhas de lixo acumulado. A Leptospirose é uma doença infecciosa causada pela bactéria leptospira, que é encontrada, principalmente, na urina de ratos. Com a chuva, a pessoa que entrar em contato com esse lixo corre o risco de contrair a doença, caso ela tenha um corte na pele, bem como pelas mucosas, como a da boca, por exemplo.

## 5. PAISAGEM

Neste capítulo, ressalta-se a paisagem nas questões do visual, da beleza, as suas mudanças, o inter-relacionamento com a atividade turística.

Segundo Cassola (1998), a paisagem pode ser definida como espaço geográfico onde cada área possui suas características mais marcantes, envolvendo as dimensões, os atributos e os detratores.

A dimensão estética ou visual, a dimensão cultural e a dimensão ecológica diferenciam o conceito de paisagem. A dimensão estética está relacionada aos valores emocionais e a dimensão ecológica, relaciona-se com a resposta visual da evolução dos elementos físicos e biológicos. (Cassola, 1998).

Ferretti cita que:

...a paisagem é traduzida em palavras carregadas de sentimentos. Quem não sonha ou ouviu falar em Taiti, Bali, Havai, Galápagos e tantos outros lugares que nos fazem desejar viajar para vivenciar as aventuras que prometem.

Independentemente dos sentimentos, a paisagem fornece subsídios para que o turismo estruture sua atividade. Nessa inter-relação as atividades turísticas implantadas são influenciadas pela característica do local e a implantação dessas atividades influencia a paisagem local.

Como resultado, a destruição da paisagem tem sido intensa, especialmente nas zonas costeiras onde se concentram muitos turistas. Para Sancho (2001, p 227), existem limites para a capacidade de adaptação dos ecossistemas, que se refletem na redução irreversível da diversidade ecológica.

Para aumentar a qualidade visual da paisagem existem, de acordo com Pires, os atributos de origem natural e os de origem *antrópica*<sup>1</sup>. Os primeiros atributos incluem elementos nativos da região como: *flora*, *fauna*, transformações do relevo e superfícies da água. Os atributos de origem *antrópica*<sup>1</sup> envolvem povoados, as construções, terras cultivadas, parques e benfeitorias. Pires ainda descreve os detratores das paisagens urbanas e rurais/naturais. Como exemplo os detratores das paisagens, podemos citar: desmatamentos, terrenos com erosão, mineração da superfície, águas poluídas, construções abandonadas e depósitos de lixo. (Pires apud Cassola, 1998).

Sancho corrobora que alguns destinos mostram sinais de crise e estresse que exigem uma mudança de atitude dos agentes envolvidos na indústria turística: as empresas, as autoridades, a população os moradores e os visitantes (Sancho, 2001, p. 227).

Contudo Ferretti afirma que o relacionamento turismo-ecologia refere-se ao ecoturismo, nascido juntamente do interesse dos viajantes contemporâneos em conhecer aspectos da natureza e poder usufruí-la e para oferecer esse segmento turístico, é necessário que a matéria-prima, a natureza esteja conservada. No ecoturismo, a contemplação de uma bela paisagem é um pré-requisito que deverá ser mantido. (Ferretti, 2002, p.94). Abaixo veremos a foto de uma parte da restinga na praia de Ipanema em Pontal do Paraná. (FOTO 03).



FOTO 03 – PARTE DA RESTINGA NA PRAIA DE IPANEMA.

FONTE: A AUTORA (2014).

## 6. DESCRITIVO DA CAMPANHA

A proposta deste capítulo é apresentar os meios de comunicação, as definições de campanha, as características de campanhas bem como os tipos de campanha, a fim de embasados nos métodos científicos, sejam desenvolvidas uma campanha com um apelo que faça a diferença e que seja marcante tanto visualmente quanto sensitivamente.

De acordo com Públio (2008), A campanha publicitária pode ser constituída de peças em diversos meios de comunicação, seja de massa (rádio, televisão, jornais, revistas) ou segmentado (mala direta, telemarketing, e-mail marketing) que são explorados de acordo com um planejamento prévio de ações obtidas por dados colhidos em Pesquisa de Mercado, no decorrer de um período. Outra modalidade de ação que pode constituir uma campanha é a promocional (degustação, distribuição de brindes em pontos de venda, shows promocionais, desfile de modelos e eventos em geral).

Em resumo, campanha publicitária além de ser o termo utilizado pelos profissionais da área de publicidade para explicar o conjunto de anúncios dentro de um único planejamento para um determinado anunciante, uma campanha não é mais do que o esforço para produzir mudanças.

De acordo com VIDA, podem identificar-se diversas definições de campanha:

- Promover uma campanha é “falar mais alto” chamando a atenção de comunidades para uma temática importante e orientar os líderes de opinião para soluções;
- Desenvolver uma campanha passa por colocar um problema em agenda, definindo soluções para o problema e criando suportes para sua resolução;
- Fomentar uma campanha passa por reunir o esforço de pessoas e organizações para fazer a diferença;
- Programar uma campanha passa pela definição de estratégias para se atingirem objetivos aos níveis local, regional, nacional ou internacional.

A principal característica de uma campanha publicitária é que, seja qual for o meio ou ação explorada, as peças que a constituem devem preservar uma identidade entre si, uma uniformidade tanto editorial (textos) quanto visual, para causar sinergia entre eles com objetivo de aumentar o impacto da campanha. (Públio, 2008).

Contudo uma campanha deve ser suficientemente abrangente para afazer a diferença, mas gerida de modo de produzir resultados á curto prazo, onde se devem criar bases para futuras campanhas e implantação de ações ligadas a mesma.

Para tal, VIDA contribui com a definição de exemplos de tipos de campanha, sendo elas:

- **Mobilizar** e envolver pessoas numa meta comum, como por exemplo, diminuir as emissões do dióxido de carbono;
- **Pressionar** os líderes de opinião, através de marchas exigindo ações nacionais ou globais;
- **Informar e educar** públicos, como por exemplo, para promover a igualdade dos gêneros;
- **Mudar** comportamentos e atitudes, através de campanhas de sensibilização do HIV/Sida;
- **Persuadir** as pessoas para apoiarem campanhas, como por exemplo, as campanhas contra a fome;
- **Criar** a imagem positiva de uma marca ou organização, como por exemplo, promovendo a África como destino turístico.

Segundo Públio (2008), um anúncio isolado, por mais criativo que seja, tem muito pouca eficácia comparada com uma campanha completa, com diversas peças diferentes, desde que mantenham o mesmo conceito criativo.

Conforme a matéria – Campanha ambiental recolhe duas toneladas de lixo nas praias Paraibanas, dez municípios paraibanos que estiveram, durante os últimos dois meses, envolvidas em uma campanha de conscientização e preservação ambiental quanto ao descarte do lixo no litoral, foram retiradas das praias

paraibanas durante os meses de janeiro e fevereiro duas toneladas de lixo. De acordo com a Superintendência de Administração do Meio Ambiente (Sudema), a coleta foi realizada com o apoio de comunidades que fazem parte dos dez municípios.

## 6.1 CAMPANHA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL COMO INTERVENÇÃO

A ideia da campanha surgiu após ter tido quer abandonar o primeiro projeto de intervenção que já estava quase pronto e vinha com o título de: Implantação de um Jardim Sensorial no Parque Municipal do Manguezal do Rio Perequê situado no Balneário de Pontal do Sul na Cidade de Pontal do Paraná.

O problema começou quando fui exonerada do cargo público que eu ocupava na Prefeitura Municipal do Paraná, que é a atual responsável pela área do Parque e seus gestores começaram boicotar o meu projeto, o qual não traria nenhum ônus à entidade, pelo contrário a mesma iria receber as taxas de visitação depois de implantado o projeto.

Assim sendo, deixei de lado o projeto do Jardim Sensorial e comecei a trabalhar em cima do Projeto de desenvolvimento da Campanha de Educação Ambiental com os Turistas das principais Praias de Litoral Paranaense.

A primeira fase do projeto consiste em todo o levantamento científico, bibliográfico e de imagens, estas últimas registradas na etapa de pré-produção, quando fui analisar a situações físicas da orla, da restinga e outros aspectos do meio ambiente natural que são tópicos do objeto de estudo, antes de iniciar a formatação da campanha. Foram também contatados os órgãos públicos: IAP (Instituto Ambiental do Paraná), IBAMA (Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e Recursos Naturais Renováveis), Prefeituras Municipais, e órgãos privados que de uma forma ou de outra participam da gestão e organização de questões ligadas ao meio ambiente e limpeza pública afim de levantamentos bibliográficos mais específicos e que contemplasse os principais temas relevantes relacionado com o objeto de estudo. Ainda na primeira fase foram realizadas visitas *in loco*, com o intuito de



mostrar a questão da separação do lixo feita pelos turistas enquanto sua estada nas praias do litoral paranaense além do lixo espalhado na areia da praia e na restinga para enfim darmos prosseguimento para a segunda etapa.

A terceira etapa do projeto se deu na semana do carnaval entre os dias 13 á 17 do mês de fevereiro de 2015, onde com a ajuda de duas pessoas voluntaria que defendem a causa da questão ambiental interviram uma média de 750 turistas com abordagem na areia e no calçadão para aplicação de uma atividade de *Quizz* juntamente com a entrega de sacos plásticos de lixo e a explanação do assunto sobre reciclagem, educação ambiental e saberes locais que contemplavam o ecossistema litorâneo nas principais praias das cidades de: Pontal do Paraná, Matinhos e Guaratuba.

A quarta etapa do projeto foi o desenvolvimento do material de educação ambiental que corresponde com a criação do adesivo, a criação do gibi bem como o tema da campanha “EU RECICLO, NA MINHA CASA E NA PRAIA”, que terá seu lançamento previsto para a temporada de 2015/2016. Conforme figura abaixo:



FIGURA 2 – ADESIVO  
FONTE: A Autora (2015).

O Gibi tem diretrizes socioambientais e engloba os saberes locais (FIGURA 3 Á 10).

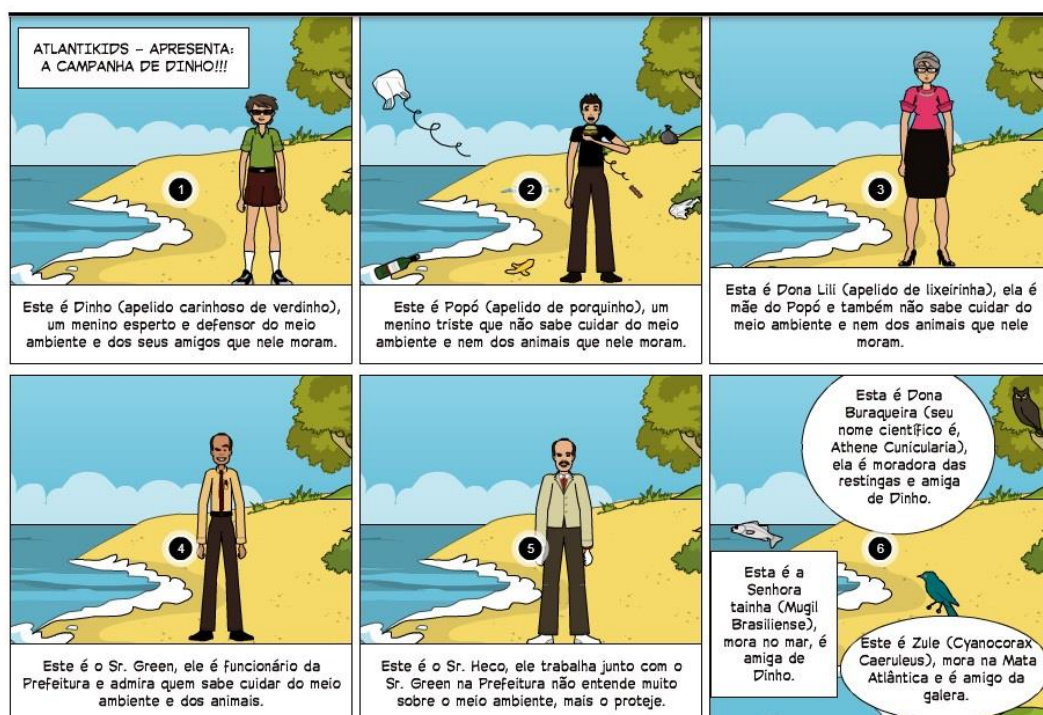


FIGURA 3 – GIBI PARTE 01  
FONTE: A Autora (2015).

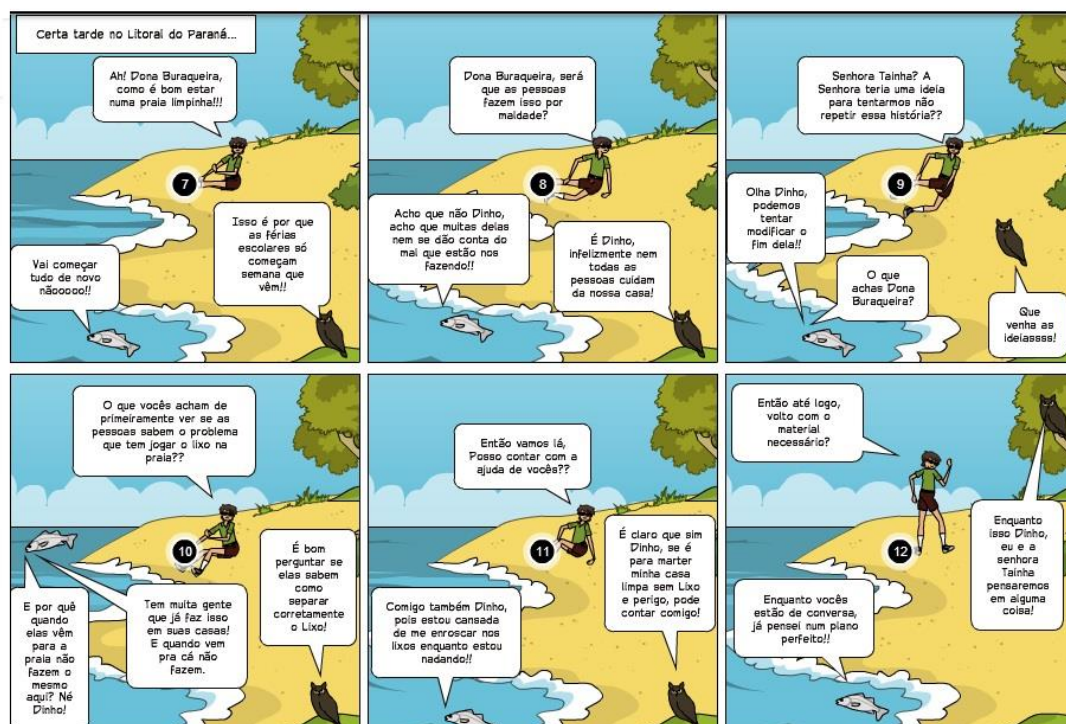


FIGURA 4 – GIBI PARTE 02  
FONTE: A Autora (2015).

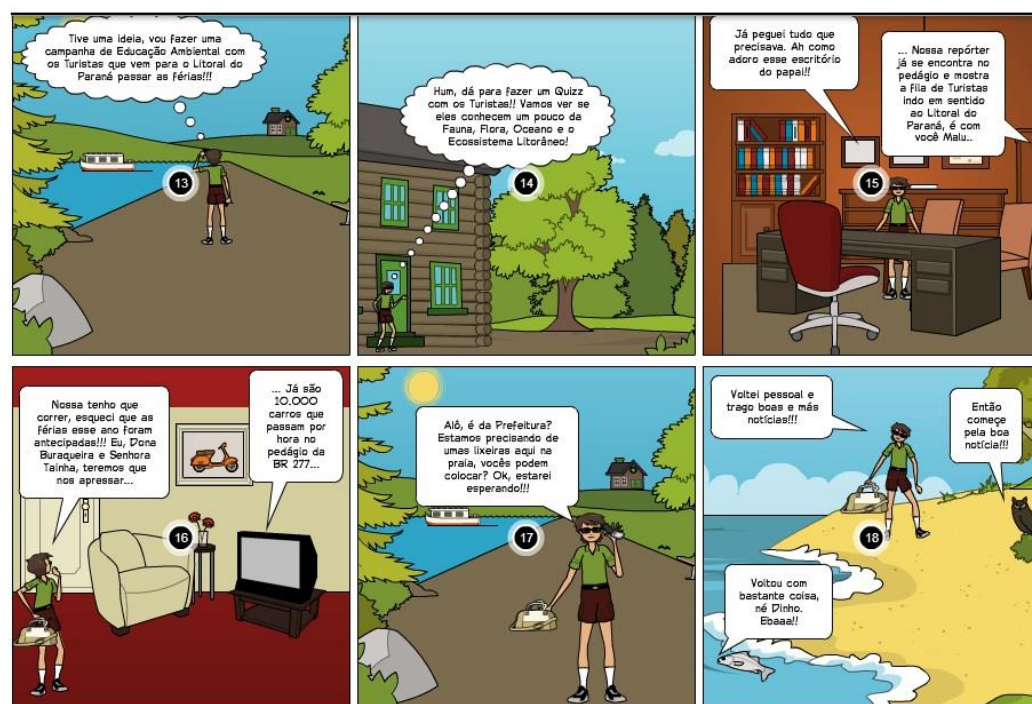


FIGURA 5 – GIBI PARTE 03  
FONTE: A Autora (2015).



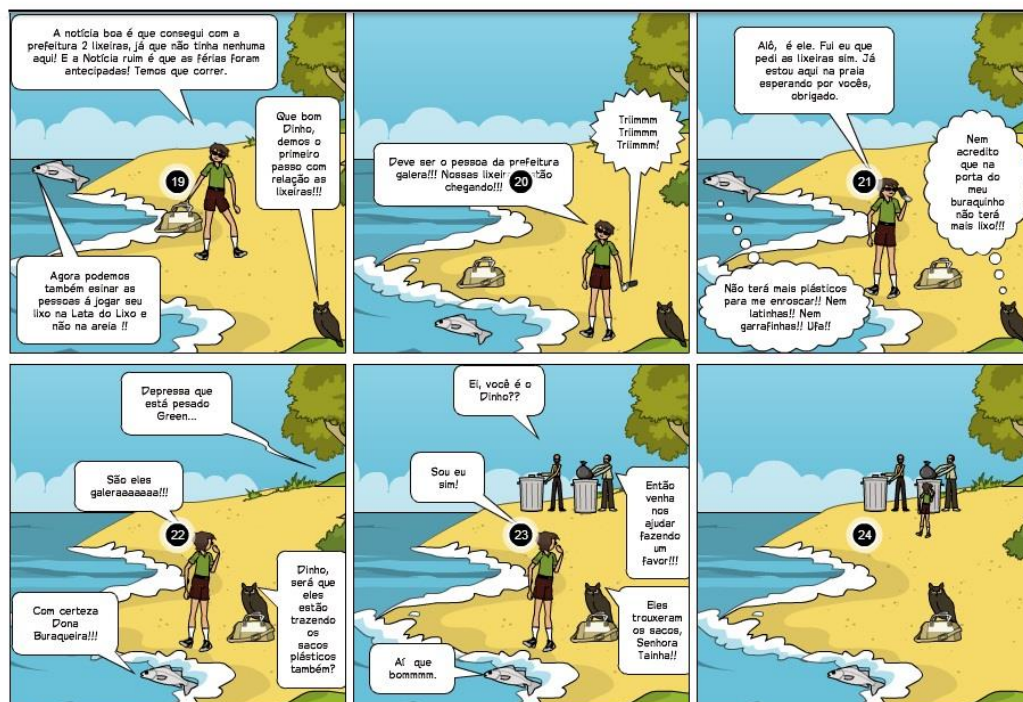


FIGURA 6 – GIBI PARTE 04  
FONTE: A Autora (2015).

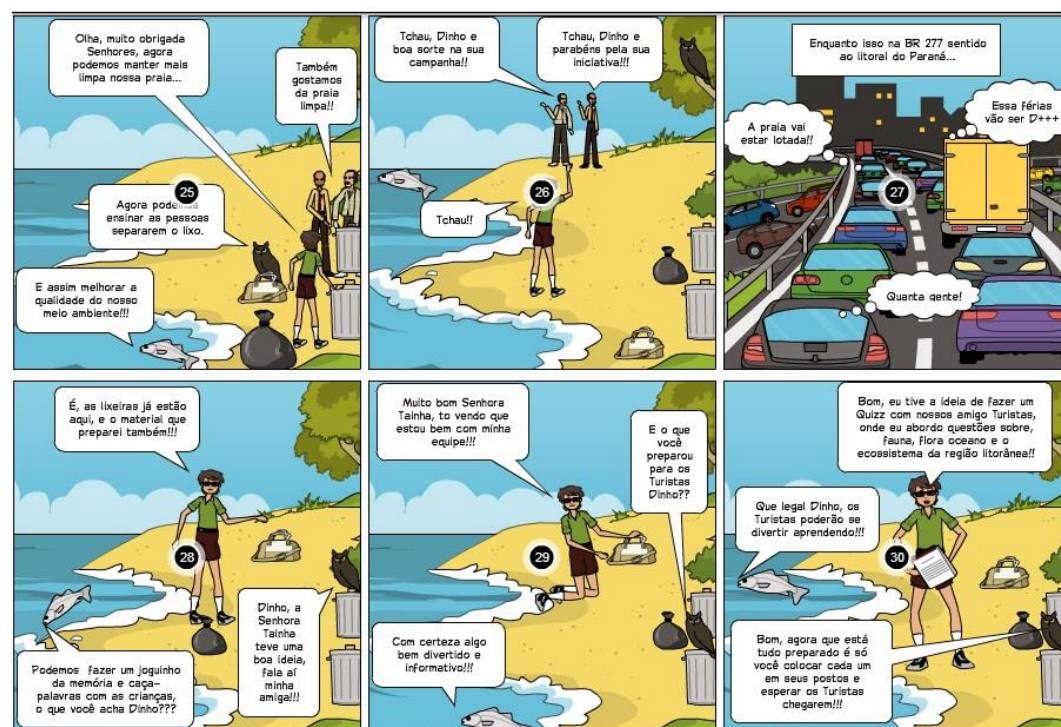


FIGURA 7 – GIBI PARTE 05  
FONTE: A Autora (2015).

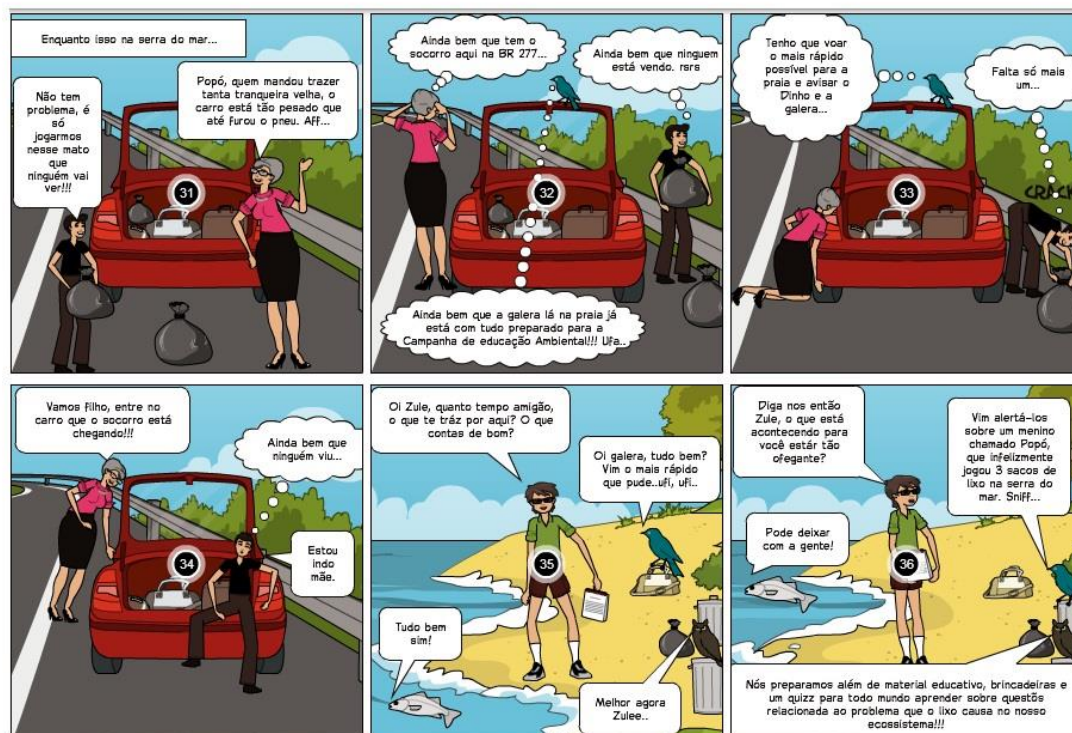


FIGURA 8 – GIBI PARTE 06  
FONTE: A Autora (2015).

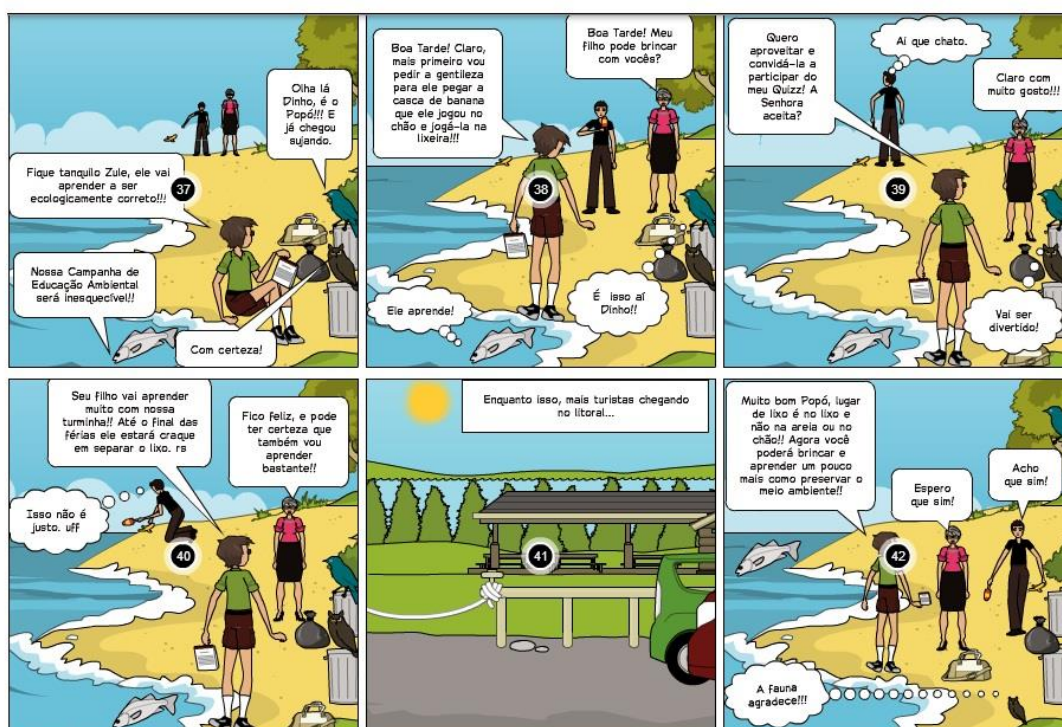


FIGURA 9 – GIBI PARTE 07  
FONTE: A Autora (2015).



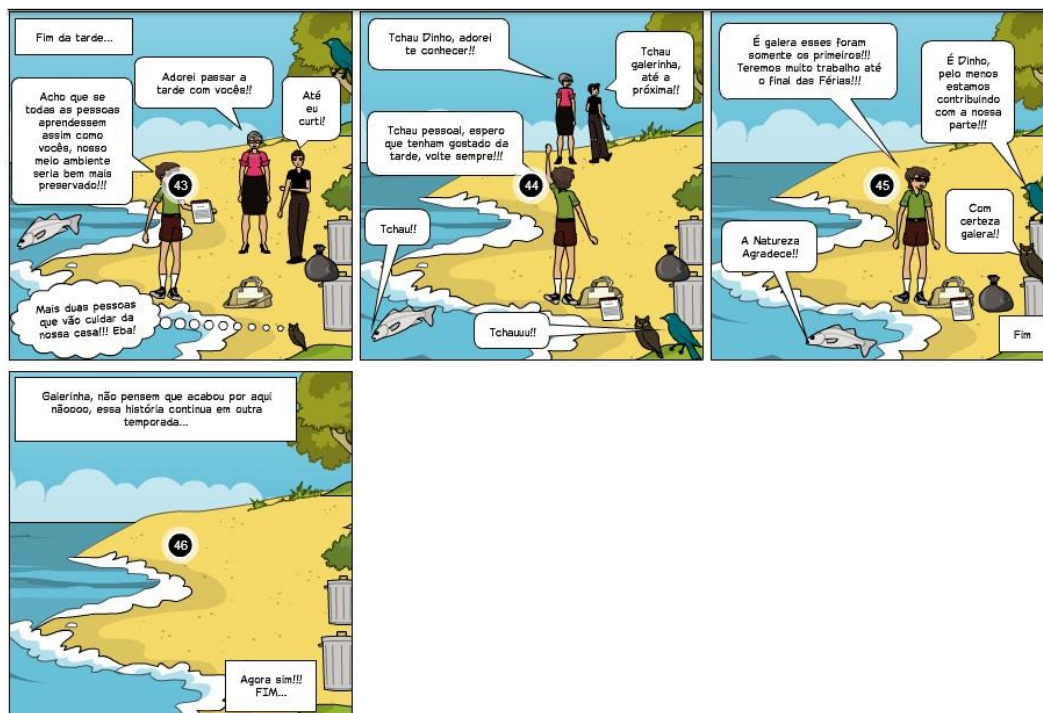


FIGURA 10 – GIBI PARTE 08  
FONTE: A Autora (2015).

A quarta etapa do projeto contará com reuniões com órgãos das três esferas bem como com o setor privado e o terceiro setor, a fim de arrecadar divisas para uma efetiva implantação e sucesso da campanha, além da veiculação da campanha nos diversos canais de mídia nacional, a fim de atingir o público-alvo que nesta etapa abrangerá os Turistas advindos das mais diversas cidades do país.

Espera-se que com recursos adquiridos em parceria, possamos ampliar a campanha para a próxima temporada, onde possamos implantar uma tenda itinerante nas três cidades praianas para desenvolver um melhor Laboratório didático, onde serão abordadas de várias formas as temáticas ambientais além de vivência na prática educativa com atividades reflexivas, Informativa para os adultos e atividades lúdicas e criativas para as crianças.

Por fim, esperamos fortalecer uma parceria com a empresa ECOVIA, administradora de pedágio, que dá acesso ao nosso litoral que ficará responsável com a distribuição do material educacional que será feita nas praças de pedágios

durante todo o ano e com o foco maior na época de temporada que e tendo a oportunidade da campanha ser estendida até o ano de 2020.

## 7. METODOLOGIA

O projeto inicia-se com a 1ª etapa que corresponde com o levantamento científico, bibliográfico, de imagens, visitas *in loco*, e contatos com os órgãos públicos: IAP (Instituto Ambiental do Paraná), IBAMA (Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e Recursos Naturais Renováveis), PMPPR (Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná) além de organizações privadas ligadas a preocupação da questão ambiental, para a formatação do projeto escrito. Na sua 2ª etapa, o Projeto será implantado nas principais praias das cidades de Pontal do Paraná, Matinhos e Guaratuba, no início da semana de carnaval que corresponde do dia 13 ao dia 17 de março do ano de 2015. Após a estruturação escrita do projeto, a campanha teve seu início nas datas acima citadas com a participação de 02 voluntários o primeiro, Marcelo Persegona que é aluno de Engenharia de Aquicultura e o segundo, Luiz Claudio Powrosnek Bacharel em Administração e Técnico em Química além da autora, esta Bacharela em Turismo, que visou à abordagem de um total de 750 turistas das três cidades, sendo que esta abordagem aconteceu em lugares como: nas areias e nos calçadões das principais praias das respectivas cidades: Pontal do Paraná, Matinhos e Guaratuba, a fim da intervenção ser colocada em prática.

Nos dias 13 e 14 de março, foi abordado um total de 250 Turistas na Cidade de pontal do Paraná sendo estes: 50 Turistas no Balneário da Praia de Leste; 50 Turistas no Balneário Santa Teresinha; 50 Turistas no Balneário de Ipanema; 50 Turistas no Balneário de Shangri-lá e 50 Turistas no Balneário de Pontal do Sul, onde primeiramente eu e os 02 voluntários nos apresentamos e explicamos sobre o projeto de intervenção começando com o questionamento com relação aos temas de reciclagem, destinação correta dos resíduos sólidos e recicláveis se a pessoa abordada tinha o conhecimento sobre o assunto e se em seu domicílio fazia a separação correta, também se agia da mesma maneira estando fora do seu domicílio, no caso em questão o litoral, foram repassadas informações sobre os cuidados com a nossa *fauna*, *flora*, oceano e *restinga*, após passar as informações

foi feita uma interação lúdica, no caso dos adultos um *Quizz* (jogo de perguntas e respostas sobre os saberes locais), e para as crianças jogos de memória com personagens que se encontra o gibi de educação ambiental, foi informado sobre a possível efetivação da campanha para a próxima temporada que será 2015/2016 e para finalizar a abordagem foi feita a entrega de sacos plásticos para a separação correta de materiais orgânicos dos recicláveis enquanto o turista se encontrava em horário de lazer nas areias das praias. Nos dias 15 e 16 de março, foi abordado um total de 250 Turistas na Cidade de Matinhos sendo estes: 50 Turistas no Balneário da Praia Mansa de Caiobá; 50 Turistas na Praia Central; 50 Turistas na Praia de Riviera; 50 Turistas na Praia de Saint Etienne e 50 Turistas na Praia Gaivotas, onde primeiramente eu e os 02 voluntários nos apresentamos e explicamos sobre o projeto de intervenção e começando com o questionamento com relação aos temas de reciclagem, destinação correta dos resíduos sólidos e recicláveis se a pessoa abordada tinha o conhecimento sobre o assunto e se em seu domicílio fazia a separação correta, também se agia da mesma maneira estando fora do seu domicílio, no caso em questão o litoral, foram repassadas informações sobre os cuidados com a nossa *fauna*, *flora*, oceano e *restinga*, após passar as informações foi feita uma interação lúdica, no caso dos adultos um *Quizz* (jogo de perguntas e respostas sobre os saberes locais), e para as crianças jogos de memória com personagens que se encontra o gibi de educação ambiental, foi informado sobre a possível efetivação da campanha para a próxima temporada que será 2015/2016 e para finalizar a abordagem foi feita a entrega de sacos plásticos para a separação correta de materiais orgânicos dos recicláveis enquanto o turista se encontrava em horário de lazer nas areias das praias. No dia 17 de março, foi abordado um total de 250 Turistas na Cidade de Guaratuba sendo estes: 50 Turistas Praia das Caieiras; 50 Turistas na Praia Central; 50 Turistas na Praia do Cristo; 50 Turistas na Praia do Brejatuba e 50 Turistas na Praia de Coroados, onde primeiramente eu e os 02 voluntários nos apresentamos e explicamos sobre o projeto de intervenção e começamos com o questionamento com relação aos temas de reciclagem, destinação correta dos resíduos sólidos e recicláveis se a pessoa abordada tinha o conhecimento sobre o assunto e se em seu domicílio fazia a separação correta, também se agia da mesma maneira estando fora do seu domicílio, no caso em questão o litoral, foram repassadas informações sobre os cuidados com a nossa *fauna*, *flora*, oceano e *restinga*, após passar as informações foi feita uma interação



lúdica, no caso dos adultos um *Quizz* (jogo de perguntas e respostas sobre os saberes locais), e para as crianças jogos de memória com personagens que se encontra o gibi de educação ambiental, foi informado sobre a possível efetivação da campanha para a próxima temporada que será 2015/2016 e para finalizar a abordagem foi feita a entrega de sacos plásticos para a separação correta de materiais orgânicos dos recicláveis enquanto o turista se encontrava em horário de lazer nas areias das praias.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A conclusão deste trabalho foi realizar um estudo sobre o impacto que a geração e o descarte de materiais recicláveis e orgânicos, advindo do fluxo de turistas que visitam as principais praias do litoral paranaense, vêm causando no meio ambiente, principalmente nas áreas de restinga e praianas.

No litoral paranaense a situação não é diferente da realidade de outros estados litorâneos de nosso país; muitos são os fatores que prejudicam a manutenção adequada do referido ecossistema, tais como: atividade turística desprovida de conscientização ecológica, insuficiência ou mesmo ausência de educação ambiental, invasão de espécies exóticas (muitas vezes propositalmente inseridas) e poluição por lançamento de lixo e efluentes, a falta de planejamentos adequados, dentre outros que poderíamos elencar.

Com base nos dados coletados na presente pesquisa, é possível apontar algumas considerações. Inicialmente observa-se uma característica relevante sobre a quantidade de lixo que é deixado nas praias brasileiras pelos turistas. Contudo nas praias que são o objeto de estudo, o que chama a atenção é crescimento quantitativo de lixo.

A falta de conscientização ambiental tem seus impactos diretamente na fauna e flora da restinga, que como foi demonstrado, é um importantíssimo ecossistema que tem sua lei própria de proteção e o mesmo não está ocorrendo.

Outra observação foi feita, conforme as necessidades de criação de propostas mais efetivas de Educação Ambiental, bem como o fortalecimento de diálogos entre as esferas públicas, empresas privadas, terceiro setor e a população, o que ainda não acontece em escala.

Os dados apresentados foram frutos de um processo de leitura e pesquisa sobre os temas que abordam desde a teoria do turismo e as tendências bem como temas ligados a questão do desenvolvimento da campanha em si. Este trabalho, portanto, abre uma proposta de conhecimento para fazer uma produção de campanha de educação ambiental, e especificamente no método que será conduzida as ações que integrarão a mesma.

## 9. REFERÊNCIAS

AUMENTA a fiscalização na área de restinga do litoral. Disponível em <<http://www.bemparana.com.br/noticia/201052/aumenta-fiscalizacao-na-area-de-restinga-do-litoral>>. Acesso em 18/02/2015.

BARRETO, Margarida; TAMANINI, Elizabete. (Orgs). **Redescobrimo a Ecologia no Turismo**. Caxias do Sul, EDUCS, 2002.

BARRETO, Margarida. **Manual de iniciação ao estudo do Turismo**. Campinas, SP. Papirus, 1995. (coleção tur).

CASSOLA, L . **Turismo e Ambientes**. São Paulo: Roca, 2005.

COSTA, Patrícia Côrtes. **Unidades de Conservação: matéria prima do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

CONCEIÇÃO, Arthur; SCOTTI, Marcos. Mar de Lixo. Disponível em: <<https://trilhanamata.wordpress.com/2014/03/11/mar-de-lixo/>>. Acesso em 18/02/2015.

DECRETO 6.660 DE 21 DE NOVEMBRO, 2008. Presidência da República. Disponível em [www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Atos2007-2010/Decreto/D6660.htm#art51](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Atos2007-2010/Decreto/D6660.htm#art51). Acesso em 03/03/2015.

DIAS, Reinaldo. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003.

EMBRATUR – **Instituto Brasileiro de Turismo**. Anuário Estatístico 2005. Disponível em <[http://www.turismo.gov.br/site/br/dados\\_fatos/lista.php](http://www.turismo.gov.br/site/br/dados_fatos/lista.php)>. Acesso em 18/02/2015.

FERRETTI, Eliane Regina. **Turismo e meio ambiente**. São Paulo: Roca, 2002. (uma abordagem indígena).

HARO, A. **Projeto de pesquisa: Descrição dos processos de ocupação das áreas de restinga no município de Matinhos, no litoral do Paraná**. Disponível em: <http://aryharo.sites.uol.com.br/restinga.html>. Acesso em: 10/12/2014.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira, 1999.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 2ª Ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

JAMES, Bárbara. **Lixo e Reciclagem**. 4ª Ed. São Paulo: Scipione, 1995.

JUNIOR, Luiz Antonio Ferraro, organizador. IN: REIS, Marília Freitas de Campos. **Encontros e Caminhos: formação de educadoras (es) ambientais e coletivos educadores**. Brasília: MMA; Diretoria de Educação Ambiental, 2005.

LIXO acumulado a céu aberto pode causar doenças na população do rio. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/rio/lixo-acumulado-ceu-aberto-pode-causar-doencas-populacao-do-rio-11798416>>. Acesso em 18/02/2015.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e Desenvolvimento; planejamento e organização**. 5ª Ed. Ver. E ampli. – São Paulo: Atlas, 2005.

OPERAÇÃO verão do Litoral do Paraná focará coleta e destinação do lixo marinho e urbano. Disponível em <<http://programaterritorioanimal.com/2013/08/21/operacao-verao-do-litoral-do-parana-focara-coleta-e-destinacao-do-lixo-marinho-e-urbano/>>. Acesso em 18/02/2015.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing Turístico: promovendo uma atividade sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.

POPULAÇÃO aprova trabalho de limpeza das praias do Paraná. Disponível em <<http://www.globalgarbage.org.br/portal/category/noticias/governos/>>. Acesso em 18/02/2015.

PÚBLIO. **Campanha Publicitária**. Disponível em <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Campanha\\_publicit%C3%A1ria](http://pt.wikipedia.org/wiki/Campanha_publicit%C3%A1ria)>. Acesso em 18/02/2015.

**Resolução CONAMA nº. 7, de 23 de julho de 1996**, que aprova os parâmetros básicos para análise da vegetação de restinga no Estado de São Paulo. Publicada no DOU nº. 165, de 26 de agosto de 1996, Seção 1, páginas 16386-16390. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=206>>. Acesso 18/02/2015.

RUSCHMANN, Doris Vans de Meene. **Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente**. Campinas, SP: Papirus, 1997.

SANCHO, Amparo. **Introdução ao turismo – OMT**. São Paulo, Roca, 2001.

SCOTTI, Marcos. **A renda que vem do lixo**. Revista CREA PR. Curitiba: n.32, p. 22-26. jan 2005.

SECRETARIA do Estado da educação. IN: OLIVEIRA, Maria Fernandes de. **Cadernos Temáticos da Diversidade – Educação Ambiental**. Curitiba: SEED, 2008.

SERVIÇO de limpeza nas praias desagrada no Litoral do Paraná. Disponível em <<http://www.gazetadopovo.com.br/vidaecidadania/verao/conteudo.phtml?id=1523908>>. Acesso em 18/02/2015.

SWARBROOKE, Jonh; **Turismo Sustentável; meio ambiente e ecologia**. 2ª Ed. Vol 2. São Paulo: Aleph, 2000.

VIDA – Voluntariado Internacional para o Desenvolvimento Africano; **Planejamento e Desenvolvimento de uma Campanha**. Disponível em: <[www.vida.org.pt](http://www.vida.org.pt)>. Acesso em 20/02/2015.

VOLUME de lixo no litoral dobra. Disponível em <http://www.revistapesca.com.br/noticias/315-volume-de-lixo-no-litoral-dobra>>. Acesso em 18/02/2015.

## APÊNDICE

### Quizz

- 01) Qual é o nome popular da Ave *Athene cunicularia*?
- a) Coruja Barraqueira;
  - b) Coruja Sapateira;
  - c) Coruja Buraqueira.
- 02) Qual é o Nome Popular do Peixe *Mugil brasiliense*?
- a) Tainha;
  - b) Corvina;
  - c) Robalo.
- 03) Qual é o nome popular da Ave *Cyanocorax caeruleus*?
- a) Gralha do Sul;
  - b) Gralha Azul;
  - c) Gralha Blue.
- 04) A restinga está classificada como?
- a) Árvore;
  - b) Flor;
  - c) Vegetação.
- 05) Qual é o papel da restinga?
- a) Embelezar Dunas;
  - b) Fixar Dunas;
  - c) Mover Dunas.
- 06) A quem se dá o nome de Maria-Farinha?
- a) Uma Pessoa;
  - b) Um Crustáceo;
  - c) Uma Cidade.
- 07) Restinga, Coruja Buraqueira, Maria-Farinha, fazem parte de qual ecossistema?
- a) Ecossistemas terrestres;
  - b) Ecossistemas aquáticos;
  - c) Ecossistemas Espaciais.

08) Albatroz é?

- a) Uma Embarcação;
- b) Uma Ave;
- c) Um Equipamento de pesca.

09) Entre os dias 16 de dezembro a 28 de fevereiro do ano de 2014 Quantas toneladas de lixo foram recolhidas somente das areias no litoral do Paraná?

- a) 295;
- b) 259;
- c) 139.

10) A lixeira reciclável de cor azul é para o descarte de quais materiais recicláveis?

- a) Metal;
- b) Vidro;
- c) Papel.